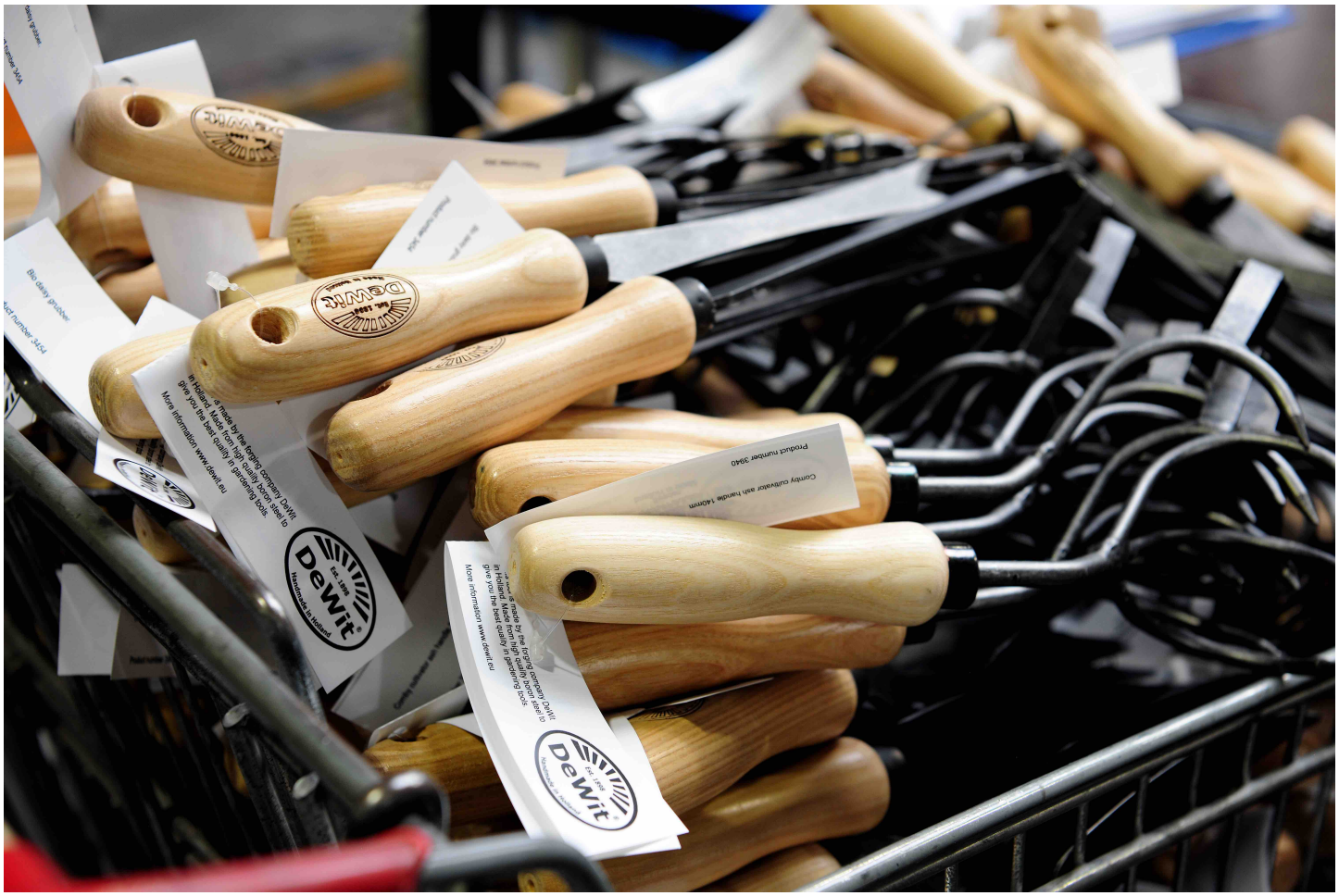
“Dé fabriek van tuingereedschap”

29-03-2019 00:01



Groningse nuchterheid, een gezonde dosis zelfverzekerdheid, lol in het leven en boven alles de hang naar kwaliteit. Dat is wat je meemaakt als je een gesprek aangaat met Sietse, Derk en Derk-Klaas de Wit in hun fabriek aan De Wit’s Reed in Kornhorn.
Ja, het bedrijf heeft een eigen straatje. Het oorspronkelijke zijweggetje is genoemd naar de eerste familie die aan dat pad woont en die familie ‘woont’ daar nog steeds.

Smederij werd fabriek

De ambachtelijke smederij van anno 1898 is tegenwoordig een moderne fabriek van tuingereedschap. Niet zomaar een fabriek. Nee, dé fabriek van tuingereedschap, zoals er in het Engels op de gevel prijkt: TheGardentoolFactory.com.
De twee broers Sietse en Derk en neef Derk-Klaas zijn de vierde generatie. De vijfde is inmiddels ook aan het werk in het bedrijf. Waar overgrootvader in 1926 als secretaris van de Nederlandse Bond van Smedenpatronen in de Jaarbeurs de producten uit de Groningse smederij demonstreerde, trekken de mannen van De Wit tegenwoordig de wereld over om hun kwaliteitstuingereedschappen te verkopen. Niet alleen Duitsland, Frankrijk, België, de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk, maar ook Japan en Australië prijken op de klantenlijst.

Wereldwijd merkpatent

“We hebben de naam De Wit wereldwijd vastgelegd. Niet alleen voor Tuingereedschappen, maar ook als

familienaam", zegt Sietse de Wit. "Dat heeft een mooie tijd geduurd", vult broer Derk aan terwijl hij de certificaten voor USA en China aan de muur aanwijst.
Van iedere 10.000 plantschepjes die De Wit maakt en verkoopt, blijven er ongeveer 50 in Nederland. De rest gaat de grens over. Klanten komen hun bestellingen ophalen, want De Wit heeft verstand van gereedschappen en productie. "We zijn geen transportbedrijf", legt Sietse uit. "Klanten van over de hele wereld kunnen hier bestellen en we zetten het netjes voor ze klaar, maar ze moeten zelf de exportpapieren regelen en het transport verzorgen. Dat doen wij niet."

Al 20 jaar robots
Noem het eigenwijs, noem het eigengereid, maar bij De Wit weten ze precies waar ze goed in zijn en wat ze beter niet kunnen doen. Terwijl we door het bedrijf gaan, komt een order van een internationaal warenhuis ter sprake. Deze gaat niet door omdat De Wit de fijnmazige distributie zou moeten doen. "Gedoemd te mislukken", zeggen ze en dus branden ze daar hun vingers niet aan.
Denk niet dat ze bang zijn, de mannen. Twintig jaar geleden trokken ze al naar China om daar productierobots in actie te zien. Inmiddels staan er 15 in Kornhorn. Tien zijn er in bedrijf, vijf staan kant-en-klaar te wachten om een plekje te krijgen in de moderne fabriek. Daarnaast komen er ook zonnepanelen op het dak en werken smeedmachines op inductiewarmte in plaats van vuur op kolen of gasbranders. Die eerste robot ligt nu al in de kliko, maar dat was toen heel wat, blikt Derk terug. "We konden toen ineens in 2 minuut 10 een stootijzer lassen in plaats van in 6,5 minuut. En omdat we er daar 30.000 per jaar van maakten, betaalde die robot zichzelf heel makkelijk terug."

Kan niet? Hoezo niet?
Volgens Derk-Klaas is dát de kracht van dit familiebedrijf. "We vormen met zijn drieën de directie. De één is meer commercieel, de ander van de organisatie en de derde meer van de productie. We vullen elkaar prachtig aan en nemen alle beslissingen samen." Sietse: "Als je als enige zo'n bedrijf leidt, doe je het misschien wel in je broek als je vijf nieuwe robots rechtstreeks in China gaat kopen en nog niet weet hoe je ze aan gaat sluiten. Dan doe je het misschien toch maar niet. Wij bekijken de opties, bespreken het, hakken een knoop door en gaan." En daardoor staat er nu een fabriek die ambacht en vakmanschap combineert met de nieuwste technieken. Er werken 25 man, zeldzame vaklieden die het smids-ambacht vaak van vader op zoon leerden. Maar ook een lasersnijmachine, veel robots, inductieovens en een automatische lakstraat – watergedragen – veelal zelf geëngineerd door De Wit.

Moderne techniek in plaats van kolen en gas
Derk-Klaas: "Een leverancier van robots keek hier laatst rond en zei dat wat wij hier allemaal deden eigenlijk helemaal niet kon. Vanwege complexe handelingen, hitte en trillingen. Maar wij fixen het, hè? Komt doordat we er lol in hebben, het ambacht snappen en de tijd nemen om er mee te experimenteren. Als ze tegen ons zeggen dat iets niet kan, wordt het pas leuk. Wij proberen het en zijn ook niet bang om een machine weg te doen als hij niet blijkt te werken. Maar we combineren de kwaliteit van het traditionele ambacht graag met moderne technieken voor massaproductie. Anders stonden we hier nu nog op kolen en gas te produceren."

Vakzaken
Schoffels, straathamers, bandentangen, stootijzers en grondboren. Dat is de top-5 die De Wit in Nederland verkoopt. Terwijl internationaal de plantschepjes, cultivators, schoffels en onkruidwieders het het best doen. Daar ligt dus nog terrein braak voor de Nederlandse DHZ- en tuinretail, aldus Sietse de Wit. "Als je een goede vakzaak hebt, kun je ons tuingereedschap het hele jaar rond aanbieden. Als je ziet dat ze in tuincentra van oktober vooral focussen op Kerst, zie je dat daar een maand of vier, vijf per jaar geen aanbod en kennis van gereedschap aanwezig is. En Nederlandse vakzaken weten ook hoe snel ze in de winter een sneeuwschuiver voor de deur moeten zetten. Nou, dan kun je in oktober toch ook een plantschepje verkopen? Al is het maar als cadeautje. Het is een gemiste kans als jouw klant wel met een schoffel van ons werkt, maar met een ander

plantschepje”, lacht hij.

Tuinfanaten bereiken
“De Wit doet graag zaken met zaken met verstand van zaken”, zegt Sietse. “Winkeliers met verstand van de klant en verstand van het product kunnen iets goeds verkopen. Kwaliteit op waarde schatten en op kwaliteit verkopen. Werkelijk durven te verkopen. Als er ergens Felco snoeischaren hangen, of Peacock plantsteunen, zijn we bij een goede dealer. Of dat nou in Shanghai is, in New York of Los Angeles, in Melbourne of in Deurne”, lacht hij.
De Wit ziet over heel de wereld de belangstelling voor de tuin, de passie van de tuiniers. Ook in Nederland, of misschien juist in Nederland. “We zien het op alle consumenten-events waar we staan en aan de reacties die we krijgen vanuit Groei en Bloei. Wist je dat wij die tuinfanaat online geweldig goed bereiken? En dat onze naam op 50.000 pasjes van Groei en Bloei-leden staat? Joh, we hebben hier ieder jaar honderden mensen over de vloer.”

Tuinhandel aan de praat
De Wit wil maar zeggen: als je als winkelier de tuinfanaat als klant hebt, of wilt hebben, ben je bij hen aan het juiste adres. “Wij hebben beurzen gedaan over de hele wereld en hebben zo de tuinhandel aan de praat gekregen.”
Kwaliteit staat bovenaan de keuzecriteria van die doelgroep. Daarom branden ze in Kornhorn ‘Guaranteed for life’ in de stelen voor het Amerikaanse gereedschap. Geen goedkoop stickertje, maar een brandmerk voor kwaliteit. Daar staan ze voor in Kornhorn. Hun schoffels worden bijvoorbeeld scherper naarmate je ze vaker gebruikt en gaan echt een leven lang mee. Mocht er onverhoopt iets mis gaan, dan lossen ze dat heel schappelijk op.

Geen wegwerpproducten
“We maken geen wegwerpproducten. Ze gaan een leven lang mee en daar is het prijskaartje ook naar”, lachen de heren. De lol in het leven en het zakendoen spat er vanaf. Zijn er dan ook gezellige familiefeestjes bij De Wit? “Nee joh, ben je belazerd. Wij komen privé helemaal niet bij elkaar over de vloer. Hier hebben we iedere ochtend overleg, maar buiten het werk zien we elkaar nooit. Daar kun je heel druk mee zijn en dat kan alleen maar gedoe opleveren. Nu staan we ieder in onze kracht. Kijk alleen maar naar hoe we er uitzien”, zegt Sietse. “Ik draag graag een vest, Derk-Klaas een hoodie en Derk een trui. Maar we dragen wel alle drie met trots de merknaam De Wit.”

admin